论新媒体环境下纸媒的困境与创新

摘　要：随着新媒体技术的不断革新以及融媒时代的快速降临，传统纸媒的发展呈现出巨大的危机。临危机而不倒的纸媒一次次激发自我潜力，不断克服困难与阻力，以创新发展机制不断开拓向前，在融媒时代自成一脉。本文以当前媒介环境为重要背景，以纸媒的发展现状作为切入点，对当前纸媒的窘境深入剖析，并提出针对性建议，以期对新媒体环境中的纸媒发展提供实际可行的建议。

关键词：新媒体技术；传统纸媒；创新；窘境
中图分类号：G124　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-057-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.021

文 / 李　洁

引言

从广播、电视等传统媒介出现开始，纸媒便始终生存在危机之中，甚至有人预言面对广播、电视等传统媒体，纸媒的末日将会快速来临。一次次的阻碍与挑战尽管没有扼杀纸媒，却一再缩小纸媒的生存空间。在融媒时代，发行量锐减与受众数量下降无疑成为纸媒发展桎梏，若没有突破与创新，纸媒势必会逐渐走弱，直至最终消失。纸媒窘境的形成主要受到自身限制与新媒体的多元冲击：一方面纸媒传播渠道狭窄，缺乏多渠道构建策略，单纯的文字与图片讯息难敌其他媒介的声画效应；另一方面新媒体环境的优化催生了强大的自媒体与网络媒体，使之成为受众追逐的主要对象，这不仅削弱了纸媒的影响力，也对其媒介运营造成了极大的负面影响与竞争压力。

1. 纸媒概述

1.1 纸媒历程

纸媒作为最为古老的传播媒介，经历了媒介传播的各个时代，自公元前 60 年恺撒将事件信息以木板记录开始到我国印刷术的出现，纸媒不断优化发展，最终作为“媒介之王”，成为大众层面的信息传播媒介。进入到 14 世纪中叶，古登堡发明的金属活字印刷术的出现，印刷报纸逐渐进入大众视野，成为近、当代报纸的雏形。进入工业革命时期后，以报纸为主要传播媒介的大众传播时代正式到来。随着近代广播、电视等媒介出现以及新媒介时代的到来，纸媒发展历经沧桑，尽管每况愈下，却依旧活跃在大众的视野之中。

1.2 纸媒特征

纸媒的特征主要有单一性、滞后性以及特殊性。单一性主要是指纸媒大多以纸张为讯息载体的传播媒介，如报纸、杂志、图书等，传播介质的单一性与依赖性较强，这是传统纸媒的典型特征。滞后性是指纸媒讯息的滞后性，时效性是新闻信息的生命，纸媒受到其编写体系限制以及印刷时间的影响，讯息的时效性较差。特殊性是指受众的特殊性，纸媒的文字、图片对文化水平、知识阅历有着一定的要求，因此也对受众的信息获取造成了一定的影响。

2. 融媒时代下纸媒的窘境分析

2.1 新媒体的“多元冲击”

新媒体的“多元冲击”主要是指当代媒介环境下，行业竞争加剧势必为纸媒带来严重的生存压力，既有来自不同层次纸媒的业务垂直竞争与品牌纸媒的流量竞争，也有各大新型社交媒体的用户争夺与 UGC（互联网个性创意产品生产行业）的内容生产竞争等。多元冲击直观表明了新媒体时代下媒介技术的发展对媒介运营的重大影响，多功能、多渠道的媒介发展策略逐渐成为媒介生存的砝码，但纸媒由于自身限制，远没有成熟有效的传播策略，因此在冲击下不断遭受行业压制，加之传统发展思维限制，纸媒举步维艰却又缺乏有效运营，难以与新兴媒体匹敌。纸媒承受的“多元冲击”实则是当前纸媒窘境的最大因素与现状，尤其以互联网为代表的新媒体，在讯息采集与传播上有着传统媒体无法比拟的时效性，纸媒讯息价值的流失往往造成受众关注度的下降，而由此带来的发行量缩水也意味着纸媒发展逐渐势微。

2.2 纸媒的“先天缺陷”

以文字图片为信息载体的纸媒相对于电视媒介、网络媒介以及当前的自媒体、多媒体视听盛宴，纸媒的“先天缺陷”亦是其现今窘境的主要因素。“先天缺陷”主要表现在两个方面：首先，纸媒传播形式与信息载体的单一性对当代受众的吸引力小。相对于文字、图片信息来说，视频讯息往往满足了受众对真实性的追求与再现，因此纸媒尽管详尽务实，却不能轻易在融媒时代中快速获得广大受众的关注度，往往容易被忽略，从而影响其自身发展。其次，纸媒除了拥有自

身的传播理念与文化认同性，往往还潜意识中对受众进行了一定的分层。作为纸媒的受众，往往需要一定的知识文化水平、阅历与逻辑思维能力，主动辨析纸媒传递的信息内容，这种“二次读取”的信息传播方式既不能满足受众广泛的需求，又对受众本身有着一定的条件要求。

2.3 品牌与创新的“东施效颦”

品牌价值的流失与创新手段的缺失无疑是当今纸媒窘境的重要表现之一。以品牌价值来看，不少媒介为了扩大自身影响力，以猎奇新闻或者充斥着低俗媚俗的信息内容吸引受众，甚至不惜以“假新闻”博出位。品牌价值的流失还表现在纸媒核心价值体系的缺失上，比如部分图书缺乏文化理念与发展方向，不断触碰道德底线或法律底线而哗众取宠。再从创新手段来看，融媒时代资源的便利共享弱化了纸媒的创造力，争相模仿成为纸媒最经济、最有效的创新手段。除此之外，纸媒的平台优势与知名度有着一定的“等级”，但从其内容生产体系、风格与模式方面来看，往往是大同小异。当地域传播垄断被打破，面对全国、全网竞争时，纸媒之间的简单模仿与借鉴会成为“东施效颦”般的尴尬。

3. 新媒体环境下纸媒创新发展策略

3.1 媒介经营立足于新媒体环境

新媒体环境给予了新媒介充足的发展动力与技术支持，同时也为传统媒体的革新创新提供了强大机遇，对于纸媒也是如此。纸媒要想快速摆脱现状，势必要与新媒体环境相融合，利用融媒趋势，将新媒体技术引入到自我发展过程中，不断开拓新的传播渠道与传播形式，以获取各年龄、各阶层受众的关注与喜爱。如人民网、新华网等网络媒体与传统纸媒相结合的案例，既满足了网络媒体采编信息体系的不足，同时又开辟了纸媒新型的网络传播渠道，并以声画效果为传播形式，相互取长补短，形成互动性媒体组织，以最大量、最丰富的信息产品内容吸引受众关注，以达到提升自身市场价值的影响力，实现完美的媒介运营目标。总而言之，立足于新媒体环境既是当前纸媒破茧成蝶的唯一途径，也是纸媒创新策略的基石。

3.2 强化纸媒的专业性与权威性

以网络媒体、自媒体为代表的媒介新形式既是融媒时代的新生儿，拥有无尽的潜力与动力，却也由于发展速度过快、发展经验缺失而存在根本性“缺陷”——专业性与权威性缺失。专业性与权威性恰好是纸媒的重要优势，如深度报道，不仅真实还原信息内容与事件场景，更能够通过深入发掘为受众提供多层面的信息，这在信息爆炸时代背景下传播信息的混杂性进行了有效筛选，满足受众对信息与真相的需求。纸媒拥有新媒体无法享有的核心竞争优势，这同样也是纸媒发展动力的重要组成部分。“内容为王”是当前纸媒需要高度秉持的发展理念，通过专业性与权威性的信息传播成为新媒体生态中的一股“清流”既是特色，也是制敌取胜的重要“法宝”。

3.3 创新与品牌的构建

创新并不是简单意义上的相互学习与模仿，千篇一律的媒介风格与相互模仿的内容形式往往容易遭到受众的抵触，且这也并不是创新，而仅仅是模仿，甚至是“抄袭”。纸媒的当代创新手段主要有两点：第一是加快自身与其他优势媒介的融合速度，如网络媒体、自媒体等；第二是创新媒介风格与内容形式，做到与众不同却又为受众提供优质服务，这可以从专业化媒介方向、细化媒介功能角度出发。此外，品牌的构建也是纸媒重获新生的必经之路：首先要保持与强化信息内容的专业性与权威性；其次要不断完善自身，重视核心品牌价值体系的构建，以优质的服务理念与高效品牌价值促进自身发展，方能在融媒时代屹立不倒。

4. 结论

纸媒陷入窘境是历史必然，毕竟新媒体环境与融媒时代的到来催生了新型传播媒介，其分庭抗礼之势极大程度地增加了传统纸媒的生存压力。但在发行量下滑、传统纸媒经营艰难的局面下，时代与环境也赋予了纸媒极大的发展机遇。只要纸媒能从自我发展现状入手，利用新媒体有效改进自我缺陷并保持自身发展优势，同样会以焕然一新的姿态展现在世人面前，相信纸媒不会湮灭在历史的长河中，经历这一次的磨难，化茧成蝶必定指日可待。媒

参考文献

[1] 徐波.探究传媒数字化背景下的媒介融合与全媒体传播[J].科技传播，2017（10）.

[2] 谢洛静.初探“融媒时代”下报纸的生存之道[J].现代交际，2012（10）.

[3] 王冰灿.去芜存菁：新媒体时代下纸媒的生存之道[J].新媒体研究，2016（01）.

（作者单位：电子工业出版社）